

ENTIDAD 119

INSTITUTO NACIONAL DE PROMOCION TURISTICA

POLITICA PRESUPUESTARIA DE LA ENTIDAD

La misión primaria del Instituto Nacional de Promoción Turística consiste en desarrollar y ejecutar los planes, programas y estrategias de promoción del turismo receptivo internacional y los productos directamente relacionados, así como la imagen turística del país en el exterior, en el marco del Capítulo IV de la Ley Nº 25.997 Nacional de Turismo.

La actividad desarrollada por el Organismo está dirigida a satisfacer la demanda del turismo internacional, manteniendo y desarrollando la política destinada al turismo receptivo, contribuyendo así a incrementar el ingreso de divisas al país.

Para el logro de sus fines, el Organismo lleva a cabo las siguientes acciones:

- Diseño de los planes, programas y prioridades en materia de promoción turística y ejecución de la estrategia de promoción y mercadeo internacional para fortalecer y sostener la imagen de Argentina como marca y como destino turístico.
- Administración de los fondos asignados a la promoción y el funcionamiento del Instituto y búsqueda de alternativas para la percepción de ingresos adicionales.
- Realización de trabajos y estudios relativos al cumplimiento de los objetivos institucionales.
- Organización y participación en ferias generales y de producto, conferencias, exposiciones, workshops, capacitaciones, seminarios, acciones innovadoras y otros eventos promocionales.
- Coordinación de misiones de promoción turística, comerciales y periodísticas.
- Edición, producción y desarrollo de toda acción o material publicitario y promocional necesario para el cumplimiento de sus objetivos.
- Asesoramiento a sus integrantes sobre oportunidades y características de los mercados extranjeros.

Como resultado del trabajo mancomunado entre los diferentes actores del sector a través de la Cámara Argentina de Turismo, las provincias representadas en el Consejo Federal de Turismo y la información brindada por los delegados argentinos en diferentes países, el Instituto Nacional de Promoción Turística concretó la elaboración del Plan Estratégico de Marketing Turístico Internacional, abarcativo del período 2008-2010, que rescata la visión del Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable (PFETS) vinculada a “convertir a la República Argentina en un país líder en América Latina por la calidad y diversidad de su oferta, basada en desarrollos territoriales equilibrados y respetuosos del medioambiente e identidades de sus habitantes”.

Este Plan, fundamentado en el análisis de los aportes de cada sector, las tendencias mundiales de la actividad, la promoción y comunicación actual de Argentina en el exterior, vislumbra un escenario de captación de arribos en crecimiento para nuestro país

cercano al 10% anual, con un total de llegadas internacionales estimado de 5.590.200 turistas para el año 2010.

En este sentido, se procedió a la identificación de 9 mercados prioritarios, 13 estratégicos y 9 potenciales, sobre los que se actuará de manera integrada e innovadora respondiendo a sus necesidades particulares. Asimismo, se plantea que los mismos modifiquen su peso relativo en la distribución como objetivos de captación, a fin de optimizar las características particulares de cada uno en cuanto a las divisas generadas por el gasto real en nuestro territorio.

El Instituto Nacional de Promoción Turística financia sus actividades con recursos propios provenientes de la percepción del 40% de la recaudación del impuesto del 5% sobre los pasajes aéreos, marítimos y fluviales al exterior, según lo dispuesto por el artículo 24 de la Ley Nº 25.997 de creación del Organismo.

Durante el ejercicio 2009 la actividad del Organismo se dirigirá principalmente a:

- Continuar con la implementación del Plan Estratégico de Marketing Turístico Internacional.
- Desarrollar la promoción incentivando el interés del consumidor de turismo internacional por el destino Argentina, a fin de incrementar el turismo receptivo y posicionar al país como oferta turística competitiva dentro de los principales países emisores del mundo.
- Participar en eventos, ferias, exposiciones, bolsas, reuniones de negocios y encuentros de comercialización de los mercados, con el propósito de promocionar los productos y destinos argentinos y facilitar su comercialización.
- Fortalecer, desarrollar y consolidar líneas de intervención tales como programas de representaciones en el exterior, mantenimiento de las representaciones actuales y creación de otras nuevas, aperturas en mercados prioritarios, programas de investigación de mercado de carácter cuantitativo así como cualitativo (trade), programas de promoción directa (consumidor), campañas en medios generales y especializados, coordinación de actividades junto a terceros, con pools de eventos y acciones variadas, el desarrollo de Acciones Innovadoras Estratégicas (tematización de espacios emblemáticos, etc.), establecimiento de patrocinios culturales y/o deportivos, utilización de nuevas tecnologías aplicables a la promoción, generación de campañas cooperadas.
- Realizar estudios de mercado segmentados en los principales países emisores de turismo del mundo con el objeto de determinar la demanda actual y potencial de productos turísticos argentinos en los mercados emisores.
- Difundir los diversos destinos turísticos y productos de fuerte perfil internacional como el golf, el turismo del vino, turismo rural, pesca deportiva y aventura, la nieve, el turismo idiomático y el turismo de reuniones, y con una visión comunicacional integradora a fin de afianzar una marca sólida y consistente tendiente a posicionar a la Argentina en el mundo.
- Realizar estudios de imagen y comunicación en los principales países emisores de turismo internacional y de interés estratégico para la Argentina.

PLANILLA ANEXA AL ARTICULO 1º

- Desarrollar y potenciar los soportes gráficos, virtuales y audiovisuales de los productos y nichos a promocionar en el exterior.
- Desarrollar y potenciar la página web www.argentina.travel como una de las principales herramientas de la promoción turística del país.

I - GASTOS

FINALIDADES Y FUNCIONES

FIN	FUN	DENOMINACION	IMPORTE
4		SERVICIOS ECONOMICOS	76.250.275
4	7	Comercio, Turismo y Otros Servicios	76.250.275
		SUBTOTAL	76.250.275
		Gastos Figurativos	20.149.725
TOTAL			96.400.000

FUENTES DE FINANCIAMIENTO

F.de F.	INCISO	DENOMINACION	IMPORTE
12		Recursos Propios	96.400.000
12	1	Gastos en Personal	4.127.000
12	2	Bienes de Consumo	5.629.275
12	3	Servicios No Personales	65.594.000
12	4	Bienes de Uso	900.000
12	9	Gastos Figurativos	20.149.725
TOTAL			96.400.000

CLASIFICACION ECONOMICA

CODIGO	DENOMINACION	IMPORTE
2100	Gastos Corrientes	95.500.000
2120	Gastos de Consumo	75.350.275
2121	Remuneraciones	4.127.000
2122	Bienes y Servicios	71.223.275
2180	Gastos Figurativos para Transacciones Corrientes	20.149.725
2181	A la Administración Nacional	20.149.725
2200	Gastos de Capital	900.000
2210	Inversión Real Directa	900.000
2211	Formación Bruta de Capital Fijo	750.000
2214	Activos Intangibles	150.000
TOTAL		96.400.000

II - RECURSOS

RECURSOS POR RUBROS

TIPO	CLASE	CONCEPTO	SERVICIO CEDENTE	DENOMINACION	IMPORTE
11				Ingresos Tributarios	96.400.000
11	9			Otros Impuestos	96.400.000
11	9	9		Otros	96.400.000
TOTAL					96.400.000

LISTADO DE PROGRAMAS Y CATEGORIAS EQUIVALENTES

CODIGO	DENOMINACION	UNIDAD EJECUTORA	CREDITO
16	Promoción del Turismo Receptivo Internacional	Instituto Nacional de Promoción Turística	76.250.275
99	Erogaciones Figurativas	Instituto Nacional de Promoción Turística	20.149.725
TOTAL			96.400.000

PROGRAMA 16
PROMOCION DEL TURISMO RECEPTIVO INTERNACIONAL

UNIDAD EJECUTORA
INSTITUTO NACIONAL DE PROMOCION TURISTICA

Servicio Administrativo Financiero
119

DESCRIPCION DEL PROGRAMA

Este programa tiene como objetivo principal posicionar a la Argentina en el mercado turístico internacional, mediante la mercadotecnia y la promoción de destinos y productos tendientes al desarrollo, diversificación y crecimiento de una demanda sostenida del turismo internacional receptivo.

La actividad del Organismo se dirigirá principalmente en 2009 a:

- Desarrollar nuevos mercados en el marco del Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable (PFETS).
- Desarrollar la promoción incentivando el interés del consumidor de turismo internacional por el destino Argentina, a fin de incrementar el turismo receptivo y posicionar al país como oferta turística competitiva dentro de los principales países emisores de Europa, Asia, Estados Unidos y el Mercado Regional.
- Participar en eventos, ferias, exposiciones, bolsas, reuniones de negocios y encuentros de comercialización de los mercados, con el propósito de promocionar los productos y destinos argentinos y facilitar su comercialización.
- Desarrollar y potenciar la pagina Web (www.argentina.travel) como una de las principales herramientas de la promoción turística del país.

METAS Y PRODUCCION BRUTA

DENOMINACION	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD
METAS:		
Concurrencia a Ferias	Feria	92
Encuentros de Comercialización Turística	Encuentro	73
Promociones	Acciones Promocionales	108

DISTRIBUCION DE LIMITES DEL GASTO

ASIGNACION DE CREDITOS DEL PROGRAMA 16

S P R O G	P R O Y	F I N	F. F.	I N C	P P A L	P A R	SPAR	E C O N	DENOMINACION	IMPORTE
0	0	4							SERVICIOS ECONOMICOS	76.250.275
0	0	4	12						Recursos Propios	76.250.275
0	0	4	12	1					Gastos en Personal	4.127.000
0	0	4	12	1	1				Personal Permanente	2.762.870
0	0	4	12	1	1	1		21	Retribución del Cargo	1.705.313
0	0	4	12	1	1	3		21	Retribuciones que no hacen al Cargo	343.154
0	0	4	12	1	1	4		21	Sueldo Anual Complementario	170.706
0	0	4	12	1	1	6		21	Contribuciones Patronales	543.697
0	0	4	12	1	5				Asistencia Social al Personal	21.330
0	0	4	12	1	5	1		21	Seguros de Riesgo de Trabajo	5.273
0	0	4	12	1	5	9		21	Otras Asistencias Sociales al Personal	16.057
0	0	4	12	1	8				Personal contratado	1.342.800
0	0	4	12	1	8	7		21	Contratos especiales	1.342.800
0	0	4	12	2				21	Bienes de Consumo	5.629.275
0	0	4	12	3					Servicios No Personales	65.594.000
0	0	4	12	3	1			21	Servicios Básicos	363.000
0	0	4	12	3	2			21	Alquileres y Derechos	13.615.000
0	0	4	12	3	3			21	Mantenimiento, Reparación y Limpieza	300.000
0	0	4	12	3	4			21	Servicios Técnicos y Profesionales	32.944.828
0	0	4	12	3	5			21	Servicios Comerciales y Financieros	9.761.903
0	0	4	12	3	7			21	Pasajes y Viáticos	7.086.971
0	0	4	12	3	8			21	Impuestos, Derechos, Tasas y Juicios	848.193
0	0	4	12	3	9			21	Otros Servicios	674.105
0	0	4	12	4					Bienes de Uso	900.000
0	0	4	12	4	3			22	Maquinaria y Equipo	750.000
0	0	4	12	4	8			22	Activos Intangibles	150.000
TOTAL										76.250.275

LISTADO DE ACTIVIDADES ESPECIFICAS

CODIGO	DENOMINACION	UNIDAD EJECUTORA	CREDITO
01	Gestión y Administración	Unidad Secretaría Administrativa	25.267.000
02	Promoción del Turismo Receptivo Internacional	Unidad Secretaría Técnica	50.983.275
TOTAL			76.250.275

ACTIVIDAD 01
GESTION Y ADMINISTRACION

UNIDAD EJECUTORA
UNIDAD SECRETARIA ADMINISTRATIVA

RECURSOS HUMANOS DE LA ACTIVIDAD 01

CARGO O CATEGORIA	CANTIDAD DE	
	CARGOS	HORAS DE CATEDRA

PERSONAL PERMANENTE

PERSONAL DEL INPROTUR

Secretario Ejecutivo	1
Director	2
Auditor interno	1
Asesor legal	1
Coordinador	1
Profesional A	11
Profesional B	3
Profesional C	2
Administrativo A	7
Administrativo B	2
Administrativo C	1
Subtotal escalafón	32
TOTAL ACTIVIDAD	32

OTRAS CATEGORIAS PRESUPUESTARIAS 99
EROGACIONES FIGURATIVAS

UNIDAD EJECUTORA
INSTITUTO NACIONAL DE PROMOCION TURISTICA

Servicio Administrativo Financiero
119

DISTRIBUCION DE LIMITES DEL GASTO

ASIGNACION DE CREDITO DE OTRAS CATEGORIAS PRESUPUESTARIAS 99

G R U P O	P R O Y	F I N	F. F.	I N C	P P A L	P A R	SPAR	E C O N	DENOMINACION	IMPORTE
0	0	9							OTROS	20.149.725
0	0	9	12						Recursos Propios	20.149.725
0	0	9	12	9					Gastos Figurativos	20.149.725
0	0	9	12	9	1				Gastos Fig. de la Adm. Nac. p/Transacciones Corrientes	20.149.725
0	0	9	12	9	1	1			Contribución a la Administración Central	20.149.725
0	0	9	12	9	1	1	999	21	Tesorería General de la Nación	20.149.725
TOTAL										20.149.725

